

PENGARUH KONSEP DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS ESA UNGGUL

Jessica Gumulya, Mariyana Widiastuti
Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul
Jln. Arjuna Utara Tol Tomang-Kebon Jeruk Jakarta
jessica.gumulya@yahoo.com

Abstrak

Mahasiswa sekarang ini memiliki ketertarikan yang cukup besar untuk mengikuti 'mode' yang beredar di pasaran yang menyebabkan mahasiswa membeli tanpa memperhatikan kegunaan barang tersebut, atau dengan kata lain adanya kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah konsep diri. Konsep diri dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli.

Kata kunci: konsep diri, perilaku konsumtif, mahasiswa Universitas Esa Unggul

Pendahuluan

Masa remaja yang merupakan masa peralihan dan pencarian jati diri, remaja mengalami proses pembentukan dalam perilakunya, dimana para remaja mencari dan berusaha untuk mencapai pola diri yang ideal, hal tersebut menyebabkan para remaja mudah untuk terpengaruh oleh promosi-promosi produk dan jasa yang dipaparkan di sejumlah media masa ataupun yang secara langsung dipromosikan di pasaran. Seperti yang kita lihat pada kenyataannya pasar semakin banyak mengeluarkan produk-produk yang ditargetkan untuk para remaja, hal itu juga membuktikan bahwa semakin banyaknya para remaja yang memiliki perilaku konsumtif yang dikhawatirkan jika terus berlangsung akan menjadi pola atau gaya hidup konsumtif.

Mahasiswa merupakan sekelompok pemuda remaja yang mulai memasuki tahap dewasa awalnya, mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, ketrampilan, dan keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa, tetapi kehidupan kampus telah membentuk gaya hidup khas di kalangan mahasiswa dan terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi yang membuat setiap individu mempertahankan polanya dalam berkonsumtif.

Kampus yang seharusnya menjadi tempat dimana para mahasiswa mencari ilmu dan pengetahuan terkadang dijadikan tempat untuk berlomba-lomba memamerkan apa yang mereka miliki. Berkembangnya perilaku konsumtif tidak didasarkan perbedaan gender, keduanya memiliki pola yang sama dalam berperilaku konsumtif. Para mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang *bermerk* untuk mengi-

kuti *trend* terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan.

Hasil observasi pada mahasiswa dan mahasiswi di Universitas Esa Unggul ketika diadakannya bazaar pada tanggal 6 juni 2012, para mahasiswa dan mahasiswi berbondong-bondong mendatangi setiap *stand* yang ada dan tidak sedikit dari mereka membeli produk-produk yang diperjualkan, satu orang dapat membawa pulang sekitar minimal satu sampai dua kantung, ada yang membeli baju, ada yang membeli dompet, *parfume*, tas dan banyak jenis barang-barang lainnya serta banyak juga yang membeli makanan dan minuman cepat saji. hasil observasi lainnya yang dilakukan di Universitas Esa Unggul tepatnya pada anak-anak psikologi angkatan 2009, ketika ada beberapa teman yang menjual barang-barang, berupa *parfume*, *headset*, pakaian, dan banyak barang-barang lainnya dan dilakukan wawancara singkat dengan beberapa teman yang menjual barang-barang tersebut, mereka mengatakan :

"pendapatannya lumayan, kurang lebih dalam waktu 1 minggu bisa dapat untung sekitar Rp 500.000,00 dari hasil penjualan di Esa Unggul, ada yang jual ketika bertemu langsung di kampus, ada juga yang melalui BBM (BlackBerry Messenger)" (wawancara pribadi, pada tanggal 31 oktober 2012), selain itu ada juga yang menyatakan:

"waktu itu, ketika menjual headset dan eyeliner ke teman-teman di Esa Unggul, dalam waktu sekitar 2 minggu, pendapatannya kurang lebih Rp 1.000.000,00 itu untuk penjualan 2 produk" (wawancara pribadi, tanggal 31 oktober 2012)

Hasil observasi dan wawancara diatas dengan pendapatan sekitar Rp 400.000,00 – Rp

1.000.000,00 dalam waktu sekitar satu sampai dengan dua minggu, dapat disimpulkan bahwa tidak sedikit mahasiswa-mahasiswi yang membeli produk-produk yang dijual oleh narasumber-narasumber di atas. Hal tersebut membuktikan bahwa mahasiswa dan mahasiswi di Universitas Esa Unggul memiliki minat yang cukup tinggi dalam membeli barang-barang. Berdasarkan hasil observasi, barang-barang yang dibeli yaitu berupa tas, *parfume*, *headset*, alat-alat kecantikan dan lain sebagainya yang dapat dikatakan barang-barang tersebut berada diluar kebutuhan pokok mahasiswa sehingga dapat diasumsikan bahwa mahasiswa di Universitas Esa Unggul memiliki kriteria berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumen dalam membeli barang dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan dikategorikan menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal yang meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, serta demografi. Faktor internal antara lain meliputi motivasi, harga diri, gaya hidup serta konsep diri. Engel dkk (dalam Hasibuan, 2010). Mahasiswa yang berperilaku konsumtif karena ingin mempercantik dirinya, atau ingin membuat dirinya terlihat lebih baik dipandangan orang lain diduga adalah mahasiswa yang memiliki konsep diri negatif, karena mereka berusaha untuk membuat dirinya tampak ideal di lingkungannya. Dengan kata lain mereka memandang dirinya sendiri dalam kondisi yang belum baik. Berdasarkan fenomena tersebut dapat diduga adanya pengaruh antara konsep diri seseorang dengan perilakunya dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa.

Seperti yang peneliti lihat di sekitar peneliti banyak mahasiswa dengan mudahnya terbuju oleh iklan-iklan di televisi, radio, BBM (*blackberry messenger*), FB, internet maupun yang mempromosikan produk-produk atau jasa secara langsung seperti yang dilakukan para SPG (*sales promotion girl*) dan SPB (*sales promotion boy*) di berbagai mall dan pusat perbelanjaan. Hal-hal tersebut terjadi dikarenakan para remaja dan dewasa awal ingin mencapai konsep diri yang ideal menurut dirinya dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan dan membuat dirinya seperti gambaran diri yang ideal. Konsep diri merupakan suatu aspek penting pada masa remaja berdasarkan pendapat Watterberg (dalam Hartanto dkk, 2005) karena pada masa ini mulai mengembangkan identitas diri dan penilaian diri Erikson (dalam Hartanto dkk, 2005) serta minat dalam diri sendiri dan minat tersebut diekspresikan melalui perilaku membeli.

Menurut Sandage dan Rotzoll (Hartanto dkk., 2005) citra diri atau kesan konsumen terhadap berbagai merek juga turut menentukan loyalitas merek. Citra diri merupakan symbol bagi pembeli dan pengguna merek tertentu yang telah tertanam

dalam pikiran dan perasaan konsumen, hal inilah yang disebut *brand image*. Untuk sebagian konsumen, merek dari suatu barang merupakan sesuatu yang dapat meningkatkan harga dirinya, dengan menggunakan barang dengan merek tertentu, mereka merasa lebih percaya diri dan dengan menggunakan barang-barang bermerek, citra diri mereka menjadi lebih baik. Merek-merek memiliki peran simbolis, dapat membantu individu mendefinisikan dan meningkatkan konsep dirinya. Oleh sebab itu, perilaku dari individu akan dimotivasi ke arah peningkatan konsep diri melalui merek yang telah memiliki arti simbolis tersebut Loudon & Della Bitta (dalam Hartanto, 2005). Berikut ini adalah pernyataan dari salah satu mahasiswa yang mendukung pernyataan di atas: "*kalo pake barang-barang yang bermerek jadi lebih percaya diri aja, jadi berasa keren*" (wawancara pribadi, tanggal 11 oktober 2012). Berdasarkan fenomena-fenomena di atas penulis tertarik untuk melihat pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul.

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang bersifat non eksperimental. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu konsep diri yang merupakan variabel bebas atau variabel yang tidak dipengaruhi variabel lain dan perilaku konsumtif yang merupakan variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi variabel lain.

Subyek Penelitian

Populasi Penelitian dan Subjek Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Esa Unggul regular aktif yang berjumlah 3286 mahasiswa. Berikut adalah Data Mahasiswa Regular Aktif Angkatan 2010-2012 yang diperoleh DAA Universitas Esa Unggul (Jumat, 7-12-12) :

Tabel 1
Perhitungan Jumlah Populasi

Fakultas	Populasi
Ekonomi	655
Teknik	173
Ilmu Kesehatan	767
Hukum	261
Ilmu Komunikasi	475
Psikologi	130
Fisioterapi	320
Fasilkom	360
	145
Total	3286

Sampel Penelitian

Subjek yang digunakan untuk menjadi sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Esa Unggul angkatan 2010-2012, yang berusia 18-21 tahun karena, yang ingin diteliti adalah mahasiswa yang termasuk dalam kriteria remaja akhir. Jumlah sampel yang digunakan dari total populasi 3286 mahasiswa dengan sampel sebesar 5%, maka pada penelitian ini digunakan sampel sebanyak 164 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan tabel *Yount* dalam menentukan besarnya sampel penelitian (dalam kencana, 2012).

Tabel 2
Tabel Yount-Penentuan Besar Sampel

Besarnya Populasi	Besar Sampel
0-100	100%
100-1.000	10%
1.001-5000	5%
5.001-10.000	3%
>10.000	1%

Teknik Pengambilan Sampling

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *probability random sampling*, *proporsional random sampling*. Masing-masing sampel untuk setiap program keahlian atau fakultas di bagi secara proporsional sesuai dengan jumlah populasi. Adapun jumlah sampel yang ditentukan secara proporsional yang tersaji dalam tabel berikut ini :

Tabel 3
Jumlah Proporsional Sampel Setiap Fakultas

Fakultas	Populasi	Perhitungan Sampel	Besar Sampel
1.Ekonomi	655	$(655 \times 164) : 3286$	33
2.Teknik	173	$(173 \times 164) : 3286$	9
3.Ilm	767	$(767 \times 164) : 3286$	38
Kesehatan			
4.Hukum	261	$(261 \times 164) : 3286$	13
5.Ilm	475	$(475 \times 164) : 3286$	24
Komunikasi			
6.Psikologi	130	$(130 \times 164) : 3286$	6
7.Fisioterapi	320	$(320 \times 164) : 3286$	16
8.Fasilkom	360	$(360 \times 164) : 3286$	18
9.Fdik	145	$(145 \times 164) : 3286$	7
TOTAL	3286		164

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini ada dua variable, yaitu konsep diri sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah sejumlah atau faktor atau unsur yang ada atau muncul dipengaruhi atau ditentukan oleh adanya variabel bebas, menurut Nawawi (dalam Wahyuni, 2012). Sedangkan variabel bebas adalah sejumlah gejala atau faktor atau unsur yang menentukan atau mempengaruhi ada atau munculnya gejala atau

faktor atau unsur lain menurut Nawawi (dalam Wahyuni, 2012). Definisi konseptual dan operasional kedua variable sebagai berikut.

Definisi Konseptual Perilaku Konsumtif

Tindakan membeli barang dengan pertimbangan emosional atau yang diistilahkan dengan (perilaku konsumtif) adalah perilaku membeli yang lebih didominasi oleh keinginan-keinginan di luar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata.

Definisi Oprasional Perilaku Konsumtif

adalah skor total yang dapat menunjukkan perilaku membeli berdasarkan emosional, dikatakan perilaku konsumtif karena perilakunya dalam membeli berdasarkan faktor emosional seperti membeli berdasarkan penerimaan dan pengakuan sosial, terpengaruh model, mudah terpengaruh penawaran-penawaran iklan, gengsi, mencoba lebih dari satu jenis produk, model, warna, kemasan yang menarik, menjaga penampilan diri, pertimbangan harga bukan kegunaan, mendapatkan hadiah. Semakin tinggi skor subjek maka semakin menunjukan perilaku konsumtif yang tinggi, sebaliknya semakin rendah skor subjek semakin menunjukan perilaku konsumtif yang rendah.

Variabel Bebas (Konsep Diri)

Definisi Konseptual Konsep Diri

Menurut Fitts yang menerangkan konsep diri sebagai gambaran dalam wujud rangkaian yang membentuk konsep tentang diri sendiri yang berasal dari interaksi seseorang yang kemudian akan mempengaruhi tingkah laku yang berdasarkan pada dimensi internal dan eksternal.

Definisi Oprasional Konsep Diri adalah

total skor yang menunjukan tingkat konsep diri yang didapat dari pengukuran indikator konsep diri pada dimensi internal dan dimensi eksternal, yang menunjukan semakin tinggi skor menunjukan konsep diri yang baik (positif), sedangkan semakin rendah skor menunjukan konsep diri yang buruk (negatif).

Instrumen Penelitian

Tipe Alat Ukur

Peneliti menggunakan kuisioner untuk pengambilan data penelitian. Kuisioner yang digunakan di rancang berdasarkan Skala model Likert yang berisi sejumlah pernyataan yang menyatakan objek yang hendak diungkap. Instrument penelitian berupa kuisioner yang terdiri dari dua alat ukur.

Skala Perilaku Konsumtif

Instrumen dalam penelitian ini akan digunakan alat ukur yang mengacu pada teori Sumartono

yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif ditunjukkan dengan indikator yang mengacu kepada dimensi perilaku membeli berdasarkan emosional, yang meliputi perilaku membeli atas dasar penerimaan dan pengakuan sosial atau teman sebaya, harga diri, “gengsi”, menjaga penampilan diri, iklan berhadiah, merek, sampai dengan bentuk barang.

Skala Konsep Diri

Instrumen dalam penelitian ini akan digunakan alat ukur yang mengacu pada teori Fitts yang menyatakan bahwa konsep diri ditunjukkan dengan perbedaan indikator yang meliputi konsep diri internal (diri identitas, diri pelaku dan diri penilai) dan konsep diri eksternal (diri fisik, diri etik-moral, diri pribadi, diri keluarga dan diri sosial).

Skala dan Teknik Skoring

Alat ukur ini terdiri dari beberapa pernyataan *Favorable* dan pernyataan *Unfavorable*. Bentuk sekala Likert yang terdiri dari empat alternatif jawaban dalam setiap pertanyaan, yaitu : Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Untuk setiap item *Favorable*, setiap item yang diberi tanda cek list Sangat Sesuai (SS), akan diberi point 4, Sesuai (S) diberi point 3, Tidak Sesuai (TS) diberi point 2, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi point 1. Sedangkan untuk item *Unfavorable*, setiap item yang diberi tanda cek list Sangat Sesuai (SS) akan diberi point 1, Sesuai (S) diberi poin 2, Tidak Sesuai (TS) diberi point 3, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi point 4. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.4 dibawah ini :

Tabel 4
Skoring Skala Likert

RESPONSE	FAVO	UNFAVO
Sangat Sesuai (SS)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4

Pengujian Alat Ukur Validitas

Validitas suatu tes menunjukan seberapa baik alat tes dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2007). Perhitungan validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan *content validity*. Validitas ini menunjukkan dari respon tes individu terhadap perilaku yang diukur, bukan terhadap butir konten. Selanjutnya alat ukur dicobakan di lapangan. Hasil uji lapangan ditabulasi untuk diuji dengan mengkorelasikan antara skor item dan skor total dengan rumus *Pearson Product Moment*

karena rumus ini digunakan pada item yang diskor lebih dari 1 seperti pada skala nominal dan dibantu oleh alat uji statistik SPSS versi 15,0. Rumus *Pearson Product Moment* (Sugiyono, 2007) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - (\sum x)(\sum y)/n}{\sqrt{(\sum x^2 - (\sum x)^2/n)(\sum y^2 - (\sum y)^2/n)}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel x dengan variabel y
 n = jumlah subyek penelitian
 $\sum x$ = jumlah nilai dari setiap item
 $\sum y$ = jumlah nilai konstan
 $\sum xy$ = jumlah perkalian antara variabel x dengan variabel y

Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, yang menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Besarnya korelasi untuk dianggap suatu item dikatakan valid adalah $r \geq 0,3$. Jadi jika korelasi antara item pernyataan dengan skor kurang dari 0,3 maka item pernyataan dengan skor kurang dari 0,3 maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2007).

Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur menunjukkan seberapa konsisten hasil pengukuran yang dilakukan pada waktu yang berlainan (Sugiono, 2007). Reliabilitas alat ukur pada penelitian ini akan diuji dengan teknik *internal consistency*, yaitu mencoba alat ukur sekali saja untuk memperoleh data yang akan dianalisis dengan rumus tertentu (Sugiyono, 2007). Rumus yang akan digunakan adalah *Alfa Cronbach*, karena rumus ini digunakan pada item yang skor lebih dari 1 seperti pada skala Likert; dengan bantuan alat uji statistik SPSS versi 15,0. Adapun rumus untuk memperoleh koefisien *AlfaCronbach* adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S^2_i}{S^2_x} \right]$$

Keterangan :

- α = koefisien realibilitas (Alpha Cronbach)
 k = jumlah item tes
 S^2_x = varians skor tes
 S^2_i = varians skor masing-masing item
 $\sum S^2_i$ = jumlah varians skor masing-masing item tes

Adapun kaidah klasifikasi uji reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 5
Kaidah Klasifikasi Uji Reliabilitas

Nilai	Kriteria
> 0.90	Sangat Reliabel
0.70 – 0.90	Reliabel
0.40 – 0.70	Cukup Reliabel
0.20 – 0.40	Kurang Reliabel
< 0.20	Tidak Reliabel

Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini adalah teknik perhitungan statistik deskriptif. Keseluruhan data hasil penelitian diolah dengan menggunakan program komputer SPSS versi 15.0. Berikut ini di jelaskan urutan prosedur yang digunakan untuk mengolah data yang terkumpul :

Analisis Deskriptif Uji Normalitas

Uji normalitas data ditunjukkan untuk menjawab pertanyaan apakah syarat keterwakilan terdistribusi normal terwakili atau tidak sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan terhadap populasi (Arikunto, 2002). Uji normalitas sebaran di lakukan dengan menggunakan teknik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan SPSS versi 15.00 *for windows*. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normalitas sebaran adalah jika $p > 0,05$ maka sebaran dikatakan normal, sebaliknya jika $p < 0,05$ maka sebaran data dikatakan tidak normal.

Frekuensi

Mengenai data demografi sampel dan data lainnya yang dapat diolah secara deskriptif uang saku perbulan, jenis kelamin dan fakultas tempat mahasiswa berkuliah yang paling berpengaruh pada mahasiswa Universitas Esa Unggul akan diolah dengan menggunakan perhitungan persentase dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} \times 100 \%$$

Keterangan :

P = Persentase frekuensi (%)

f = Frekuensi

n = Jumlah Subjek

(Guilford & Frutcher, 1981)

Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS 15.0. ana-

lisis regresi linear sederhana yaitu untuk menentukan hubungan antara 2 variabel dan memperkirakan variabel tidak bebas Y berdasarkan variabel bebas X dinyatakan dengan persamaan garis lurus, Ridwan (dalam Wahyuni 2012).

Bentuk dari persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

a = intercept/perpotongan dengan sumbu tegak

b = kemiringan atau gradiennya

X = nilai tertentu dari variabel bebas

Y = nilai yang diukur atau dihitung pada variabel tak bebas

Kategorisasi Perilaku Konsumtif dan Konsep Diri

Dalam alat ukur perilaku konsumtif dan konsep diri, penulis menggunakan pengkategorisasian sampel dengan kategorisasi jenjang (Azwar, 2008). Kategorisasi sampel berjenjang menurut sampel bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang terpisah secara berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2008).

Frekuensi Subjek Berdasarkan data Penunjang

Pengolahan data yang dilakukan peneliti untuk mengetahui gambaran perilaku konsumtif berdasarkan data penunjang menggunakan teknik *cross tabs*. Teknik penggunaan *cross tabs* melalui bantuan SPSS versi 15.00. *Crosstabs*(tabel silang) adalah sebuah tabel silang yang terdiri atas satu baris atau lebih dan satu kolom atau lebih (Nisfianoor, 2009).

Hasil dan Pembahasan

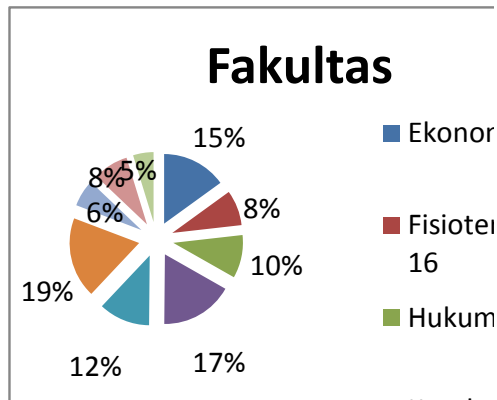
Gambaran Umum Subjek Penelitian

Berikut ini akan dipaparkan mengenai gambaran subjek penelitian. Diawali dengan fakultas, jenis kelamin dan uang saku perbulan. Penelitian ini melibatkan 164 mahasiswa Universitas Esa Unggul Jakarta Barat sebagai subjek penelitian. Dari 164 kuesioner yang dibagikan, keseluruhannya dikembalikan dalam jawaban skala yang lengkap sehingga dapat dianalisa secara keseluruhan :

Fakultas

Fakultas tempat mahasiswa berkuliah dikelompokkan berdasarkan fakultas yang ada di Universitas Esa Unggul yaitu Fakultas Ekonomi, Fakultas Fisioterapi, Fakultas Hukum, Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan, Fakultas Ilmu Komputer, Fakultas Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi, Fakultas Teknik

dan Fakultas desain industri kreatif yang kemudian digambarkan pada gambar 4.1 di bawah ini :



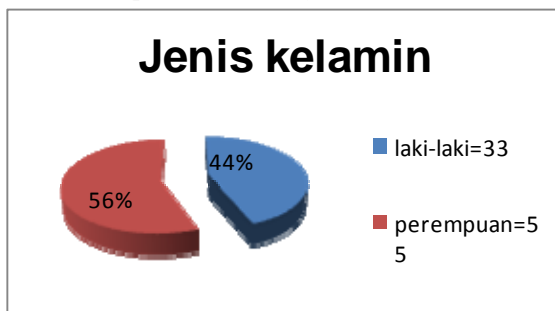
Gambar 1

Gambaran Fakultas tempat Mahasiswa Berkuliah

Dari gambar 1 diperoleh hasil bahwa Fakultas tempat mahasiswa berkuliah di Universitas Esa Unggul adalah Fakultas Ekonomi 33 orang (15,80%), Fakultas Fisioterapi 13 orang (8,60%), Fakultas Hukum 13 orang (10,50%), Fakultas Ilmu Kesehatan 38 orang (17,80%), Fakultas Ilmu Komputer 18 orang (12,50%), Fakultas Ilmu Komunikasi 24 orang (19,70%), Fakultas Psikologi 6 orang (6,60%), Fakultas Teknik 9 orang (9%), dan Fakultas Desain Industri Kreatif 7 orang (5%).

Jenis kelamin

Berdasarkan seluruh subjek penelitian yang digunakan, sebagian besar subjek berjenis kelamin perempuan. Dari 164 subjek penelitian terdiri dari 33 subjek laki-laki (44%) dan 55 subjek perempuan (56%). Keterangan mengenai jenis kelamin subjek penelitian dapat dilihat dari gambar 2.

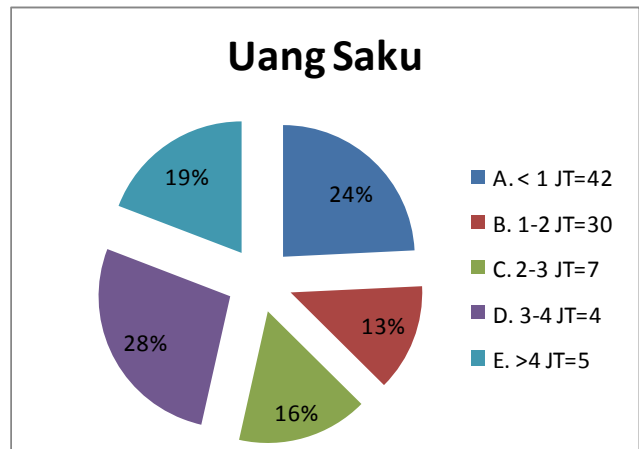


Gambar 2

Gambaran Umum Jenis kelamin

Uang Saku Per-Bulan

Dari 164 mahasiswa yang menjadi sampel penelitian, digolongkan menjadi 5 bagian. Untuk lebih jelasnya mengenai uang saku perbulan sampel penelitian dapat dilihat pada gambar 3 di bawah ini.



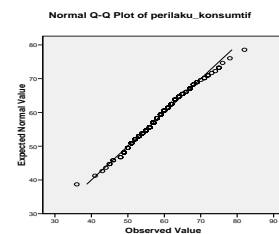
Gambar 3

Gambaran berdasarkan uang saku per-bulan

Berdasarkan gambar 3 didapat informasi bahwa mayoritas mahasiswa yang menjadi sampel penelitian dengan uang saku per-bulan kurang dari satu juta sebanyak 42 mahasiswa (24%), mahasiswa dengan uang saku per-bulan antara satu sampai dua juta sebanyak 30 mahasiswa (28%), mahasiswa dengan uang saku per-bulan dua sampai tiga juta sebanyak 7 mahasiswa (19%), mahasiswa dengan uang saku per-bulan tiga sampai empat juta sebanyak 4 mahasiswa (13%) dan mahasiswa dengan uang saku di atas empat juta sebanyak 5 mahasiswa (16%).

Uji normalitas perilaku konsumtif

Uji normalitas data ditunjukkan untuk menjawab pertanyaan apakah syarat keterwakilan sampel terpenuhi atau tidak sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan terhadap populasi (Arikunto, 2002). Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normalitas sebaran adalah jika nilai sig. $P > 0,05$, maka sebaran dikatakan normal. Berdasarkan hasil uji normalitas data dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* SPSS versi 15.0 dengan hasil sig. 0,497 > 0,05 maka distribusi data adalah normal. Hal tersebut dapat dilihat dari gambar Q-Q plot diperoleh sebaran data seperti terlihat pada grafik 4 dibawah ini.



Gambar 4

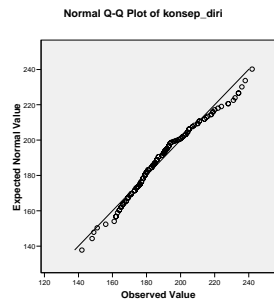
(Sebaran Data) gambar kurva normal Q-Q Plot Perilaku Konsumtif

Dari plot di atas, menunjukkan bahwa titik-titik nilai data terletak kurang lebih dalam satu garis lurus.

Jadi dapat disimpulkan bahwa data berasal dari populasi yang terdistribusi normal.

Uji Normalitas konsep diri

Uji normalitas data ditunjukkan untuk menjawab pertanyaan apakah syarat keterwakilan sampel terpenuhi atau tidak sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan terhadap populasi (Arikunto, 2002). Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normalitas sebaran adalah jika nilai sig. $P > 0,05$, maka sebaran dikatakan normal. Berdasarkan hasil uji normalitas data dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* SPSS versi 15.0 dengan hasil sig. $0,109 > 0,05$ maka distribusi data adalah normal. Hal tersebut dapat dilihat dari gambar Q-Q plot diperoleh sebaran data seperti terlihat pada grafik 5 dibawah ini :



Gambar 5
(Sebaran Data) gambar kurva normal Q-Q Plot Konsep Diri

Dari plot diatas, menunjukkan bahwa titik-titik nilai data terletak kurang lebih dalam satu garis lurus. Jadi dapat disimpulkan bahwa data berasal dari populasi yang terdistribusi normal.

Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif

Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul diketahui $X = \text{konsep diri}$, $Y = \text{perilaku konsumtif}$, $a = 52,77$, dan $b = 0,03$. Nilai 52,77 merupakan nilai konstan (a) yang menunjukan bahwa jika tidak ada kenaikan konsep diri, maka perilaku konsumtif akan mencapai 52,77. Sedangkan harga 0,03 X merupakan koefisien regresi yang menunjukan bahwa setiap ada penambahan 1 nilai/angka untuk konsep diri, maka akan ada kenaikan perilaku konsumtif 0,03. Dari hasil pengolahan data, diketahui nilai sig. adalah $0,309 > 0,05$, maka dapat diketahui bahwa H_0 ditolak, yang artinya adalah tidak ada pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul.

Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,006 yang berarti bahwa sekitar 0,6%, artinya bahwa konsep diri memberikan

sumbangan atau mewakili 0,6 % kepada variabel perilaku konsumtif. 99,4% adalah sumbangan dari faktor-faktor lainnya yang sekiranya dapat berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul, yaitu Faktor eksternal yang meliputi faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, kelompok referensi dan kelompok sosial, atau faktor internalnya yang meliputi faktor motivasi, persepsi, belajar, kepribadian serta kepercayaan dan sikap dari konsumen tersebut Suyonto (2012).

Dari hasil penelitian ini tidak terdapat pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif, artinya hipotesa dalam penelitian ini ditolak.

Kategorisasi Konsep Diri dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Esa Unggul

Gambaran Umum Konsep Diri

Dari data penelitian skala Konsep Diri di Universitas Esa Unggul akan dikategorisasikan menjadi 3 kategori yaitu Konsep Diri (positif) tinggi, sedang dan Konsep Diri (negatif) rendah. Skor terendah pada setiap item yaitu 1 dan skor tertinggi pada setiap item yaitu 4, maka untuk 62 item diperoleh rentang minimum sampai maksimumnya adalah 62 sampai dengan 248. Nilai minimum konsep diri dalam penelitian ini adalah 142, nilai maksimum adalah 242, selanjutnya nilai rata-rata yang diperoleh adalah 188,99 serta standar deviasi dengan skor 19,182. Hasil kategorisasi Konsep Diri dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini :

Tabel 6
Batasan Kategorisasi Konsep Diri

Interval skor	Kategorisasi	Jumlah	Persentase
$X < 179,40$	Negatif	55	33,5%
$179,40 \leq X < 198,58$	Netral	63	38,4%
$198,58 \leq X$	positif	46	28,1%
Total		164	100%

Sumber : Data Diolah

Pembahasan selanjutnya hanya akan dibahas 101 mahasiswa yang terdiri dari 55 mahasiswa yang memiliki konsep diri negatif dan 46 mahasiswa yang memiliki konsep diri positif. Hal ini digunakan karena kategorisasi konsep diri terdiri dari konsep diri positif dan konsep diri negatif. Hal ini dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7
Hasil Kategorisasi Konsep Diri

Interval skor	Kategorisasi	Jumlah	Perentase
$X < 179,40$	negatif	55	54,5%
$198,58 \leq X$	positif	46	45,5%
Total		101	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa mahasiswa yang dikategorisasikan ke dalam konsep diri negatif sebanyak 55 orang (54,5%), dan yang dikategorisasikan ke dalam konsep diri positif sebanyak 46 orang (45,5%).

Dari data tabel 7 terlihat bahwa sebanyak 55 mahasiswa (54,5%) cenderung berada dalam kategori konsep diri negatif. Menurut Fitts (1971), bahwa konsep diri adalah cara individu memandang dirinya sendiri dalam berinteraksi dengan orang lain atau lingkungan sekitar dan kemudian akan mempengaruhi tingkah laku individu yang bersangkutan. Mahasiswa yang berada pada kategori konsep diri yang negatif dapat diartikan bahwa mahasiswa tersebut memiliki penilaian dan perasaan yang negatif terhadap dirinya sendiri dan tidak nyaman dengan kondisinya. Hal itu dapat dilihat dari beberapa mahasiswa yang menyatakan bahwa penampilan fisik mereka kurang menarik (item no.10). Selain itu, mereka juga menyatakan bahwa mereka sulit mengikuti aturan. Mereka juga mengungkapkan bahwa mereka sulit bergaul di lingkungan. Contoh lain, mereka juga mengaku sulit menyayangi orang lain. Mereka juga merasa bahwa mereka bodoh. Selain itu mereka juga mengaku bahwa mereka malas belajar dan sulit bertanggung jawab pada tugas. Contoh terakhir, mereka merasa tidak berguna dalam keluarganya. Dari seluruh contoh yang telah dipaparkan di atas, mengartikan bahwa mahasiswa tersebut merasa tidak puas dalam menggambarkan identitas dirinya dan bertindak laku, sehingga penilaian tersebut membuat mahasiswa menilai konsep dirinya negatif. Dengan kata lain mahasiswa tersebut memiliki ketidakpuasan terhadap dirinya. Hal tersebut sesuai dengan yang di katakan Calhoun & Acocella (1990), bahwa seseorang yang memiliki konsep diri negatif yaitu tidak mengetahui siapa dirinya, apa kekuatan dan kelemahannya, atau apa yang dihargai dalam hidupnya. Artinya hal itu dapat menandakan sebagian mahasiswa di Universitas Esa Unggul tidak nyaman dengan dirinya sendiri.

Sementara itu mahasiswa yang dikategorisasikan ke dalam konsep positif sebanyak 46 (45,5%) orang. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa mahasiswa yang menyatakan bahwa, penampilan fisik mereka menarik, mereka orang yang taat beragama, selain itu mereka juga menyatakan bahwa mereka membantu mengerjakan pekerjaan rumah, mereka juga mengatakan bahwa mereka mampu mengendalikan diri bila banyak orang, dan menyatakan bahwa mereka dapat berlaku adil pada teman atau orang lain. Dari contoh yang telah dipaparkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian mahasiswa di Universitas Esa Unggul memiliki konsep diri positif, karena individu tersebut merasa puas terhadap dirinya sendiri serta dalam kehidupannya. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Wicklund dan Frey

(dalam Calhoun & Acocella, 1990) bahwa konsep diri yang positif yaitu menunjukkan bahwa individu mengenal diri sendiri dengan baik dan penerimaan dirinya. Hal ini menandakan bahwa mahasiswa yang dikategorikan ke dalam konsep diri positif, mahasiswa tersebut mengenal dirinya sendiri dan menerima keadaan dirinya sendiri sehingga mampu untuk tampil lebih baik ke depannya. Hal tersebut terkait dengan dimensi internal dan dimensi eksternal yang dikemukakan oleh Fitts (1971) yaitu dimana individu melihat dirinya sebagai suatu kesatuan yang unik dan dinamis ketika melakukan pengamatan dan penilaian sehingga menentukan kepuasan seseorang akan dirinya atau seberapa jauh seseorang menerima dirinya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Konsep Diri mahasiswa Esa Unggul yang cenderung tinggi terlihat dari pandangan yang positif mahasiswa tersebut terhadap dirinya sendiri dan mahasiswa Esa Unggul yang cenderung memiliki Konsep diri negatif terlihat dari pandangan yang negatif mahasiswa tersebut terhadap dirinya sendiri.

Gambaran Umum Perilaku Konsumtif

Dari data penelitian skala Perilaku Konsumtif di Universitas Esa Unggul akan dikategorisasikan menjadi 3 kategori yaitu Perilaku Konsumtif tinggi, sedang dan Perilaku Konsumtif rendah. Skor terendah pada setiap item yaitu 1 dan skor tertinggi pada setiap item yaitu 4, maka untuk 26 item diperoleh rentang minimum sampai maksimumnya adalah 26 sampai dengan 104. Nilai minimum perilaku konsumtif pada penelitian ini adalah 36, nilai maksimum adalah 82, selanjutnya nilai rata-rata yang diperoleh adalah 58,65 dan standar deviasi dengan skor 7,467. Hasil kategorisasi Konsep Diri dapat dilihat pada tabel 8 berikut ini.

Tabel 8
Batasan Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Interval skor	Kategorisasi	Jumlah	Persentase
$X < 54,91$	Rendah	45	27,4%
$54,91 \leq X < 62,39$	Sedang	76	46,3%
$62,39 \leq X$	Tinggi	43	26,3%
Total		164	100%

Sumber : Data Diolah

Pembahasan selanjutnya hanya akan dibahas 88 mahasiswa yang terdiri dari 45 mahasiswa yang dikategorisasikan ke dalam perilaku konsumtif rendah dan 43 mahasiswa yang dikategorisasikan ke dalam perilaku konsumtif tinggi. Hal ini dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9

Hasil Kategorisasi Perilaku Konsumtif			
Interval skor	Kategorisasi	Jumlah	Perentase
$X < 179,40$	Rendah	45	51,1%
$179,40 \leq X$	Tinggi	43	48,9%
Total		88	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat bahwa mahasiswa yang dikategorisasikan ke dalam perilaku konsumtif rendah sebanyak 45 orang (51,1%), dan yang dikategorisasikan ke dalam perilaku konsumtif tinggi sebanyak 43 orang (48,9%).

Dari data tabel 9 terlihat bahwa sebanyak 45 mahasiswa (51,1%) cenderung berada dalam kategori perilaku konsumtif rendah. Sumartono (2002) perilaku konsumtif ditunjukkan dengan indikator yang mengacu kepada dimensi perilaku membeli berdasarkan emosional. Dengan kata lain sebagian mahasiswa di Universitas Esa Unggul dalam perilaku membelinya didominasi oleh pertimbangan rasional atau berdasarkan kebutuhannya bukan hanya sekedar membeli berdasarkan keinginannya semata. Hal itu dapat dilihat dari beberapa mahasiswa yang menyatakan bahwa mereka membeli barang yang mereka butuhkan tanpa mempertimbangkan barang tersebut bermerek atau tidak, mereka juga mengaku bahwa mereka membeli barang hanya untuk keperluan mereka sehari-hari, mereka menyatakan bahwa mereka membeli barang hanya ketika membutuhkan barang tersebut. Dari contoh-contoh tersebut, maka dapat diartikan bahwa mahasiswa tersebut dalam perilaku membelinya lebih didominasi oleh pertimbangan rasional. Dengan kata lain mahasiswa tersebut membeli berdasarkan kebutuhannya bukan keinginannya semata saja. Hal tersebut sesuai dengan yang di katakan Schiffman & Kanuk (dalam Nitisusastro, 2012) bahwa seseorang dengan pertimbangan rasional lebih mengutamakan keputusan pada manfaat dan kemampuan produk yang dibeli. Artinya hal itu dapat menandakan sebagian mahasiswa di Universitas Esa Unggul membeli barang sesuai dengan manfaat dan kegunaan barang dan jasa tersebut.

Sementara itu mahasiswa yang dikategorisasikan ke dalam perilaku konsumtif tinggi sebanyak 43 mahasiswa (48,9%). Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa mahasiswa yang menyatakan bahwa, mereka membeli barang yang bermerek demi menjaga penampilan, mereka juga menyatakan bahwa mereka membeli dan mengoleksi barang yang digunakan oleh seseorang yang mereka idolakan, selain itu mereka juga menyatakan bahwa mereka membeli dan mengoleksi barang-barang dengan warna yang mereka sukai, mereka memberi pengakuan bahwa mereka membeli barang-barang

yang dapat meningkatkan strata sosial mereka, membeli barang bermerek agar lebih percaya diri, serta mereka menyatakan bahwa mereka membeli pakaian yang harganya mahal agar lebih percaya diri. Artinya sebagian mahasiswa di Universitas Esa Unggul dalam perilaku membelinya didominasi oleh pertimbangan emosional, mereka membeli berdasarkan keinginan dan hasrat semata sehingga perilakunya dalam membeli sudah tidak rasional lagi.

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Lubis (dalam Lina & Rasyid, 1997) mendefinisikan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli atau memakai suatu barang yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan adanya keinginan yang sudah tidak rasional lagi. Maka hal ini menandakan bahwa mahasiswa yang dikategorikan ke dalam perilaku konsumtif tinggi, mahasiswa tersebut dalam perilaku membelinya didominasi oleh pertimbangan emosional. Hal tersebut terkait dengan dimensi pertimbangan membeli berdasarkan pertimbangan emosional yang dikemukakan Sumartono (2002) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif ditunjukkan dengan indikator yang mengacu kepada dimensi perilaku membeli berdasarkan pertimbangan emosional, yang meliputi perilaku membeli atas dasar penerimaan dan pengakuan sosial atau teman sebaya, harga diri, "gengsi", menjaga penampilan diri, iklan berhadiah, merek, sampai dengan bentuk barang.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa Esa Unggul yang cenderung rendah terlihat dari perilakunya dalam membeli barang atau jasa lebih didominasi oleh pertimbangan rasional, pertimbangan kebutuhan dan bukan didasarkan oleh hasrat atau keinginan semata.

Analisis Data Tambahan

Gambaran Konsep Diri dan Perilaku Konsumtif

Gambaran konsep diri dan perilaku konsumtif dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tabel silang atau *Crosstab*, data yang diperoleh adalah seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 10

Gambaran Konsep diri dan Perilaku Konsumtif

Konsep Diri	Perilaku Konsumtif				Total	
	Tinggi	Rendah			Jumlah	%
	Jumlah	%	Jumlah	%		
Positif	13	44,8%	16	55,2%	29	100%
Negatif	12	44,4%	15	55,6%	27	100%
Total	25	44,6%	31	55,4%	56	100%

Sumber : Data Diolah

Dari hasil perhitungan statistik pada tabel 10 dapat diketahui bahwa mahasiswa yang tergolong ke dalam konsep diri positif dengan perilaku konsumtif tinggi adalah sebanyak 13 orang (44,8%), mahasiswa yang tergolong ke dalam konsep diri positif dengan perilaku konsumtif rendah sebanyak 16 orang (55,2%) sedangkan yang tergolong ke dalam konsep diri negatif dengan perilaku konsumtif tinggi adalah sebanyak 12 orang (44,4%), dan mahasiswa yang tergolong ke dalam konsep diri negatif dengan perilaku konsumtif rendah sebanyak 31 orang (55,6%).

Mahasiswa dengan konsep diri positif yang termasuk dalam kategorisasi perilaku konsumtif tinggi berjumlah 13 mahasiswa dengan persentase (44,8%) dan mahasiswa konsep diri negatif yang termasuk dalam perilaku konsumtif tinggi terdapat 12 mahasiswa (44,4%). Hal tersebut membuktikan bahwa mahasiswa Universitas Esa Unggul yang termasuk ke dalam konsep diri positif yang berperilaku konsumtif tinggi lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa yang termasuk dalam kategori konsep diri positif yang berperilaku konsumtif tinggi, terlihat pada jumlah 13 mahasiswa (44,8%). Mahasiswa dengan konsep diri positif yang termasuk ke dalam perilaku konsumtif rendah berjumlah 16 mahasiswa (55,2%), dan mahasiswa dengan konsep diri negatif yang termasuk dalam kategori perilaku konsumtif rendah berjumlah 15 mahasiswa (55,6%). Hal tersebut membuktikan bahwa mahasiswa dengan konsep diri negatif yang termasuk dalam kategori perilaku konsumtif rendah lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa yang termasuk dalam kategori konsep diri negatif yang berperilaku konsumtif rendah, terlihat pada jumlah 15 mahasiswa (55,6%).

Gambaran Perilaku Konsumtif Berdasarkan Data Penunjang Jenis Kelamin

Gambaran umum perilaku konsumtif berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tabel silang atau *Crosstab*, data yang diperoleh adalah seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 11

Gambaran Perilaku Konsumtif berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Perilaku Konsumtif				Total	
	Tinggi Jml	%	Rendah Jml	%	Jml	%
Laki-laki	8	24,2%	25	75,8%	33	100%
Perempuan	35	63,6%	20	36,4%	55	100%
Total	43	48,9%	45	51,1%	88	100%

Sumber : Data Diolah

Dari hasil perhitungan statistik pada tabel 11 dapat diketahui bahwa mahasiswa yang berjenis kelamin laki-laki yang termasuk dalam kategorisasi perilaku konsumtif tinggi adalah sebanyak 8 orang (24,2%) sedangkan yang termasuk ke dalam kategorisasi perilaku konsumtif rendah adalah sebanyak 25 orang (75,8%). Mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan yang termasuk dalam kategorisasi perilaku konsumtif tinggi adalah sebanyak 35 orang (63,6%) sedangkan mahasiswa yang termasuk dalam kategorisasi perilaku konsumtif rendah adalah sebanyak 20 orang (36,4%). Jadi, jumlah persentase mahasiswa perempuan lebih banyak pada kategori perilaku konsumtif tinggi dan jumlah persentase mahasiswa laki-laki lebih banyak berada pada kategori perilaku konsumtif rendah.

Hal ini sesuai dengan penelitian Rosandi (2004) yang berpendapat bahwa perempuan lebih menyukai warna dan bentuk, bukan kegunaan barang tersebut, hal ini terlihat pada jawaban beberapa subjek perempuan yang menyatakan bahwa mereka membeli dan mengoleksi barang-barang dengan warna yang mereka sukai. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif lebih didominasi oleh mahasiswa dengan jenis kelamin wanita di Universitas Esa Unggul.

Fakultas

Gambaran umum perilaku konsumtif berdasarkan fakultas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tabel silang atau *Crosstab*, data yang diperoleh adalah seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 12

Gambaran Perilaku Konsumtif berdasarkan Fakultas

Fakultas	Perilaku Konsumtif				Total	
	Rendah Jumlah	%	Tinggi Jumlah	%	Jumlah	%
Fasilkom	16	61,5%	10	38,5%	26	100%
Hukum	8	42,1%	11	52,9%	19	100%
Kesehatan	12	57,1%	9	42,9%	21	100%
Komunikasi	4	40%	6	60%	10	100%
Psikologi	4	66,7%	2	33,3%	6	100%
Teknik	1	16,7%	5	83,3%	6	100%
Total	45	51,1%	43	48,9%	88	100%

Sumber : Data Diolah

Dari hasil perhitungan statistik pada tabel 12 dapat diketahui bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer yang berada pada kategori perilaku konsumtif rendah berjumlah 16 mahasiswa (61,5%) dan yang berada pada kategori perilaku konsumtif tinggi berjumlah 10 mahasiswa (38,5%). Mahasiswa dari Fakultas Hukum yang berada pada kategori perilaku konsumtif rendah berjumlah 8 mahasiswa

(42,1%) dan yang berada pada kategori perilaku konsumtif tinggi sebanyak 11 mahasiswa (52,9%). Pada Fakultas Kesehatan yang berada pada kategori perilaku konsumtif rendah berjumlah 12 mahasiswa (57,1%) dan yang berada pada kategori perilaku konsumtif tinggi sebanyak 9 mahasiswa (42,9%). Pada Fakultas Komunikasi yang berada pada kategori perilaku konsumtif rendah sebanyak 4 mahasiswa (40%) dan yang berada pada kategori perilaku konsumtif tinggi sebanyak 6 mahasiswa (60%). Pada Fakultas Psikologi yang berada pada kategori perilaku konsumtif rendah sebanyak 4 mahasiswa (66,7%) dan yang berada pada kategori perilaku konsumtif tinggi sebanyak 2 mahasiswa (33,3%). Pada Fakultas Teknik yang berada pada kategori perilaku konsumtif rendah sebanyak 1 mahasiswa (16,7%) dan yang berada pada kategori konsep diri positif sebanyak 5 mahasiswa (83,3%). Persentase mahasiswa terbesar yang berada pada perilaku konsumtif rendah terdapat pada mahasiswa dari Fakultas Psikologi (4 mahasiswa dari 6 sampel atau sebesar 66,7%), mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer (16 mahasiswa dari 26 sampel atau sebesar 61,5%), dan persentase mahasiswa terbesar yang berada pada perilaku konsumtif tinggi adalah dari fakultas Teknik (5 orang dari 6 sampel atau sebesar 83,3%) dan mahasiswa Fakultas Hukum (11 mahasiswa dari 19 sampel atau sebesar 52,9%).

Dari data di atas dapat dilihat bahwa gambaran perilaku konsumtif rendah mahasiswa reguler Universitas Esa Unggul berdasarkan fakultas, ditemukan pada Fakultas Psikologi. Hal ini terlihat dari beberapa pernyataan subjek yang menyatakan mereka hanya membeli barang-barang keperluan mereka sehari-hari. Sesuai dengan hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer yang menyatakan bahwa "saya beli barang, atau misalnya beli pakaian, kalau butuh saja, misalnya besok harus pakai kemeja putih dan saya tidak punya, baru deh saya beli kemeja itu, saya jarang sekali membeli kalau tidak benar-benar butuh".

Dan mahasiswa yang memiliki persentase perilaku konsumtif tinggi ditemukan pada mahasiswa Fakultas Teknik. Hal ini terlihat dari beberapa pernyataan subjek yang menyatakan mereka membeli barang-barang bermerek agar lebih percaya diri. Sesuai dengan hasil wawancara mahasiswa fakultas Teknik yang menyatakan bahwa "saya senang membeli barang-barang bermerek, selain kualitasnya lebih bagus, saya jadi merasa lebih percaya diri jika memakainya". Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Psikologi cenderung memiliki perilaku konsumtif rendah. Mahasiswa fakultas Psikologi menyatakan bahwa mereka membeli hanya berdasarkan kebutuhan mereka sehari-hari, dan mahasiswa fakultas Teknik cenderung memiliki

perilaku konsumtif tinggi. Mahasiswa fakultas Teknik sebagian besar menyatakan bahwa mereka membeli barang-barang bermerek dikarenakan hal tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka.

Uang Saku

Gambaran umum perilaku konsumtif berdasarkan fakultas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tabel silang atau *Crosstab*, data yang diperoleh adalah seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 13
Gambaran Perilaku Konsumtif berdasarkan Uang Saku

Uang Saku	Tinggi Jumlah	Perilaku Konsumtif		Total	
		%	Rendah Jumlah	%	Jumlah
a. < 1JT	32	76,2 %	10	23,8 %	42
b. 1JT - 2JT	12	40%	18	60%	30
c. 2JT - 3JT	1	14,3 %	6	85,7 %	7
d. 3JT - 4JT	0	0%	4	100%	4
e. >4JT	0	0%	5	100%	5
Total	45	51,1 %	43	48,9 %	88

Sumber : Data Diolah

Dari hasil perhitungan statistik pada tabel di atas dapat diketahui bahwa mahasiswa Universitas esa unggul yang memiliki uang saku perbulan kurang dari Rp 1.000.000,00 yang memiliki perilaku konsumtif tinggi berjumlah 32 mahasiswa (76,2%) dan yang memiliki perilaku konsumtif rendah berjumlah 10 mahasiswa (23,8%). Mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan antara Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.000.000,00 yang memiliki perilaku konsumtif tinggi berjumlah 12 mahasiswa (40%) dan yang memiliki perilaku konsumtif rendah berjumlah 18 mahasiswa (60%). Mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan antara Rp 2.000.000,00- Rp 3.000.000,00 yang memiliki perilaku konsumtif tinggi berjumlah 1 mahasiswa (14,3%) dan yang memiliki perilaku konsumtif rendah berjumlah 6 mahasiswa (85,7%). Mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan antara Rp. 3.000.000,00 – Rp. 4.000.000,00 yang memiliki perilaku konsumtif tinggi berjumlah 0 mahasiswa (0 %) dan yang memiliki perilaku konsumtif rendah berjumlah 4 mahasiswa (100%). Serta mahasiswa yang memiliki uang saku di atas Rp. 4.000.000,00 yang memiliki perilaku konsumtif tinggi berjumlah

0 mahasiswa (0%) dan yang memiliki perilaku konsumtif rendah berjumlah 5 mahasiswa (100%).

Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif tinggi ditemukan pada mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan kurang dari Rp 1.000.000,00 (76,2%) sedangkan mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif rendah ditemukan pada mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan lebih dari Rp 3.000.000,00 – Rp 4.000.000,00 (100%) dan di atas Rp. 4.000.000,00.

Dari data di atas dapat dilihat bahwa persentase mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan kurang dari Rp.1.000.000,00 memiliki perilaku konsumtif paling banyak. Hal tersebut dapat dilihat beberapa pernyataan mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan kurang dari Rp.1.000.000,00 yang cenderung memiliki perilaku konsumtif. Gambaran perilaku membeli pada mahasiswa Universitas Esa Unggul, ditemukan pada mahasiswa yang memiliki uang saku kurang dari Rp.1.000.000,00 memiliki perilaku konsumtif paling banyak menyatakan bahwa mereka membeli barang untuk menjaga penampilan dan mereka membeli pakaian yang harganya mahal agar lebih percaya diri. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Esa Unggul membeli suatu barang untuk menjaga penampilan dan agar lebih percaya diri. Sesuai dengan wawancara dengan salah satu mahasiswa *“kalau membeli barang-barang bermerek itu jadi lebih keren, orang-orang jadi melihat penampilan kita itu keren, jadi aku suka beli barang-barang bermerek”*. Artinya bahwa beberapa mahasiswa Universitas Esa Unggul membeli barang cenderung lebih menggunakan pertimbangan emosi.

Karakteristik labilitas emosi mahasiswa remaja cenderung mempengaruhi pengambilan keputusan termasuk dalam keputusan membeli. Lubis (dalam Lina & Rasyid, 1997) mendefinisikan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli atau memakai suatu barang yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan adanya keinginan yang sudah tidak rasional lagi. Seperti dalam penelitian ini remaja itu masih labil sehingga uang dengan keuangan yang terbataspun, mereka tetap membeli barang tersebut tanpa mempertimbangkan prioritas yang terpenting.

Mahasiswa yang memiliki uang saku perminggu lebih dari Rp.3.000.000,00 yang termasuk dalam kategori perilaku tidak konsumtif cenderung membeli barang hanya ketika mereka butuh barang tersebut dan meskipun teman mereka membeli barang mewah, mereka tidak tertarik untuk membelinya. Dapat disimpulkan bahwa mereka tidak peduli dan tidak tertarik untuk membeli barang yang dipakai oleh temannya. Artinya mahasiswa membeli barang bukan untuk diterima orang lain atau tidak untuk ikut-ikutan temannya, dikarenakan

mahasiswa Universitas Esa Unggul mengendalikan diri dengan baik dalam membeli suatu barang, sehingga remaja puteri dalam membeli suatu barang berdasarkan atas pertimbangan rasional.

Gambaran Umum Konsep Diri berdasarkan Data Penunjang Jenis Kelamin

Gambaran umum konsep diri berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tabel silang atau Crosstab, data yang diperoleh adalah seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 14

Gambaran Konsep Diri berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Konsep diri				Total	
	Negatif		Positif		Jum lah	%
	Jum lah	%	Jum lah	%		
Laki-laki	22	61,1%	14	38,9%	36	100%
Perempuan	33	50,8%	32	49,2%	65	100%
Total	55	54,5%	46	45,5%	101	100%

Sumber : Data Diolah

Dari hasil perhitungan statistik pada tabel 14 dapat diketahui bahwa mahasiswa yang berjenis kelamin laki-laki dan berada pada kategori konsep diri negatif adalah sebanyak 22 mahasiswa (61,1%) sedangkan yang berada pada kategori konsep diri positif adalah sebanyak 36 mahasiswa (38,9%). Mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan dan berada pada kategori konsep diri negatif adalah sebanyak 33 mahasiswa (54,5%) sedangkan mahasiswa yang berada pada kategori konsep diri positif adalah sebanyak 32 mahasiswa (49,2%). Jadi, jumlah persentase mahasiswa laki-laki lebih banyak pada kategori konsep diri negatif dan jumlah persentase mahasiswa perempuan juga lebih banyak berada pada kategori konsep diri negatif.

Dari hasil data yang dipaparkan pada tabel 4.9 di atas, menunjukkan bahwa konsep diri mahasiswa Universitas Esa Unggul cenderung negatif, baik pada mahasiswa dengan jenis kelamin laki-laki maupun mahasiswa dengan jenis kelamin perempuan. Hal tersebut terlihat dengan jumlah persentase tinggi mahasiswa laki-laki pada kategori konsep diri negatif yaitu, sebanyak 22 mahasiswa (61,1%), dan juga terlihat jumlah persentase yang tinggi mahasiswa perempuan pada kategori konsep diri negatif yaitu, sebanyak 33 mahasiswa (50,8%).

Fakultas

Gambaran umum konsep diri berdasarkan fakultas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tabel silang atau Crosstab, data yang diperoleh adalah seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 15
Gambaran Konsep Diri berdasarkan Fakultas

Fakultas	Konsep Diri				Total	
	Negatif		Positif		Jumlah	%
	Jumlah	%	Jumlah	%		
Fasilkom	9	64,3%	5	35,7%	14	100%
Fdik	2	100%	0	0%	2	100%
Fisioterapi	15	53,6%	13	46,6%	28	100%
Kesehatan	15	60%	10	40%	25	100%
Komunikasi	9	60%	6	40%	15	100%
Psikologi	4	36,4%	7	63,6%	11	100%
Teknik	1	16,7%	5	83,3%	6	100%
Total	55	54,5%	46	45,5%	101	100%

Sumber : Data Diolah

Dari hasil perhitungan statistik pada tabel 15 dapat diketahui bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer yang berada pada kategori konsep diri negatif berjumlah 9 mahasiswa (64,3%) dan yang berada pada kategori konsep diri positif berjumlah 5 mahasiswa (35,7%). Mahasiswa dari Fakultas Fdik yang berada pada kategori konsep diri negatif berjumlah 2 mahasiswa (100%) dan yang berada pada kategori konsep diri positif tidak ada, atau dengan kata lain 0 mahasiswa (0%). Mahasiswa Fakultas Fisioterapi yang berada pada kategori konsep diri negatif berjumlah 15 mahasiswa (53,6%) dan yang berada pada kategori konsep diri positif sebanyak 13 mahasiswa (46,6%). Mahasiswa Fakultas Kesehatan yang berada pada kategori konsep diri negatif sebanyak 15 mahasiswa (60%) dan yang berada pada kategori konsep diri positif sebanyak 10 mahasiswa (40%). Mahasiswa Fakultas Komunikasi yang berada pada kategori konsep diri negatif sebanyak 9 mahasiswa (60%) dan yang berada pada kategori konsep diri positif sebanyak 6 mahasiswa (40%). Mahasiswa Fakultas Psikologi yang berada pada kategori konsep diri negatif sebanyak 4 mahasiswa (36,4%) dan yang berada pada kategori konsep diri positif sebanyak 7 mahasiswa (63,6%). Mahasiswa Fakultas Teknik yang berada pada kategori konsep diri negatif sebanyak 1 mahasiswa (16,7%) dan yang berada pada kategori konsep diri positif sebanyak 5 mahasiswa (83,3%).

Persentase mahasiswa terbesar yang berada pada konsep diri negatif terdapat pada mahasiswa dari Fakultas Fasilkom (9 mahasiswa dari 14 sampel atau sebesar 64,3%), mahasiswa Fakultas Kesehatan (15 mahasiswa dari 25 sampel atau sebesar 60%), serta mahasiswa Fakultas Komunikasi (9 mahasiswa dari 15 sampel atau 60%) dan persentase terbesar yang berada pada konsep diri positif adalah mahasiswa dari Fakultas Teknik (5 orang dari 6

sampel atau sebesar 83,3%) dan mahasiswa Fakultas Psikologi (7 mahasiswa dari 11 sampel atau sebesar 63,6%).

Dari data di atas dapat dilihat bahwa gambaran konsep diri negatif mahasiswa reguler Universitas Esa Unggul berdasarkan fakultas, ditemukan pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer. Hal ini terlihat dari beberapa pernyataan subjek yang menyatakan mereka sulit mengikuti aturan. Sesuai dengan hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer yang menyatakan bahwa "saya sering telat masuk kelas, jika kelas sudah lewat setengah jam baru deh saya masuk, rasanya malas sekali kalau masuk kelas tepat waktu".

Dan mahasiswa yang memiliki persentase konsep diri positif ditemukan pada mahasiswa Fakultas Teknik. Hal ini terlihat dari beberapa pernyataan subjek yang menyatakan mereka orang yang mudah dalam bergaul. Sesuai dengan hasil wawancara mahasiswa fakultas Teknik yang menyatakan bahwa "ketika masuk ke dalam lingkungan baru, saya mudah untuk akrab dengan orang-orang baru, biasanya saya menyapa mereka lebih dulu lalu saya ajak mengobrol, tidak jarang saya bisa langsung akrab dengan orang-orang yang baru saya temui".

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persentase konsep diri pada mahasiswa fakultas Ilmu Komputer cenderung negatif, dikarenakan mahasiswa fakultas Ilmu Komputer menganggap diri mereka sulit untuk mengikuti aturan dibuktikan dengan pernyataan subjek yang menyatakan bahwa mereka sering telat masuk ke dalam kelas, fakultas Teknik cenderung memiliki konsep diri positif dikarenakan mahasiswa fakultas Teknik sebagian besar menyatakan bahwa mereka mudah dalam bergaul atau bersosialisasi.

Uang Saku

Gambaran umum konsep diri berdasarkan fakultas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tabel silang atau Crosstab, data yang diperoleh adalah seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 16
Gambaran Konsep Diri berdasarkan Uang Saku

Uang Saku	Konsep Diri				Total	
	Negatif		Positif		Jumlah	%
	Jumlah	%	Jumlah	%		
a. < 1JT	31	59,6	21	40,4	52	100
b. 1JT-2JT	15	45,5	18	54,5	33	100
c. 2JT-3JT	5	62,5	3	37,5	8	100
d. 3JT-4JT	2	50	2	50	4	100
e. >4JT	2	50	2	50	4	100
Total	55	54,5	46	45,5	101	100

Sumber : Data Diolah

Dari hasil perhitungan statistik pada tabel di atas dapat diketahui bahwa mahasiswa Universitas Esa Unggul yang memiliki uang saku perbulan kurang dari Rp 1.000.000,00 yang memiliki konsep diri negatif berjumlah 31 mahasiswa (59,6%) dan yang memiliki konsep diri positif berjumlah 21 mahasiswa (40,4%). Mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan antara Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.000.000,00 yang memiliki konsep diri negatif berjumlah 15 mahasiswa (45,5%) dan yang memiliki konsep diri positif berjumlah 18 mahasiswa (54,5%). Mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan antara Rp 2.000.000,00- Rp 3.000.000,00 yang memiliki konsep diri negatif berjumlah 5 mahasiswa (62,5%) dan yang memiliki konsep diri positif berjumlah 3 mahasiswa (37,5%). Mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan antara Rp. 3.000.000,00 – Rp. 4.000.000,00 yang memiliki konsep diri negatif berjumlah 2 mahasiswa (50 %) dan yang memiliki konsep diri positif berjumlah 2 mahasiswa (50%). Serta mahasiswa yang memiliki uang saku di atas Rp. 4.000.000,00 yang memiliki konsep diri negatif berjumlah 2 mahasiswa (50%) dan yang memiliki konsep diri positif berjumlah 2 mahasiswa (50%).

Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki konsep diri negatif ditemukan pada mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan antara Rp 2.000.000,00 – Rp.3.000.000,00 (62,5,%) sedangkan mahasiswa yang memiliki konsep diri positif ditemukan pada mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan antara Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00 (54,5%).

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul diketahui $Y = 52,77 + 0,03X$. X = konsep diri, Y = perilaku konsumtif, $a = 52,77$, dan $b = 0,03$. Nilai 52,77 merupakan nilai konstan (a) yang menunjukkan bahwa jika tidak ada kenaikan konsep diri, maka perilaku konsumtif akan mencapai 52,77. Sedangkan harga 0,03 X merupakan koefisien regresi yang menunjukkan bahwa setiap ada penambahan 1 nilai/angka untuk konsep diri, maka akan ada kenaikan perilaku konsumtif 0,03. Hal ini ditunjukkan oleh hasil perhitungan dengan menggunakan regresi linear hasil koefisien determinasi (R square) sebesar 0,006. Hal tersebut berarti bahwa konsep diri hanya memberikan 0,6 % sumbangan kepada perilaku konsumtif. Diketahui nilai sig. 0,309, yaitu H_0 ditolak yang berarti bahwa tidak adanya pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Esa Unggul.

Hasil analisa data antara konsep diri dan perilaku konsumtif yang menunjukkan bahwa

terdapat persentase yang lebih tinggi pada mahasiswa Universitas Esa Unggul yang terkategori dalam konsep diri negatif yang berperilaku konsumtif tinggi dengan jumlah 13 mahasiswa (44,8%) dan terdapat persentase yang lebih tinggi pada mahasiswa Universitas Esa Unggul yang terkategori dalam konsep diri negatif yang berperilaku konsumtif rendah dengan jumlah 15 mahasiswa (55,6%).

Sebagian besar mahasiswa Universitas Esa Unggul memiliki konsep diri negatif yang ditunjukkan oleh hasil penelitian yaitu (54,5%) dari mahasiswa yang diteliti memiliki konsep diri negatif dan sebagian besar mahasiswa Universitas Esa Unggul tergolong dalam perilaku konsumtif rendah. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa (51,1%) dari mahasiswa Universitas Esa Unggul yang diteliti tergolong dalam perilaku konsumtif rendah.

Terdapat jumlah persentase mahasiswa perempuan lebih banyak pada kategori perilaku konsumtif tinggi (63,6%) yang berarti perilaku konsumtif lebih didominasi oleh mahasiswa dengan jenis kelamin perempuan. Dari hasil data juga menunjukkan bahwa konsep diri Mahasiswa laki-laki dan perempuan di Universitas Esa Unggul cenderung negatif.

Mahasiswa Fakultas Teknik memiliki jumlah persentase mahasiswa yang berperilaku konsumtif paling tinggi dibandingkan dengan mahasiswa fakultas lainnya, sebesar 83,8%. Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer memiliki jumlah persentase mahasiswa yang memiliki konsep diri negatif paling tinggi dibandingkan dengan fakultas lainnya, yaitu mencapai 64,3%.

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki uang saku perbulan kurang dari Rp. 1.000.000,00 memiliki persentase mahasiswa yang berperilaku konsumtif paling tinggi dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki uang saku di atas Rp. 1.000.000,00 yaitu sebesar 76,6%. Hasil juga menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki uang saku antara Rp. 2.000.000,00 – Rp. 3.000.000,00 perbulan memiliki persentase mahasiswa dengan konsep diri negatif paling tinggi, sebesar 62,5%.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi, "Prosedur Penelitian - Suatu Pendekatan Praktek", Rineka Cipta, Jakarta, 2002.
- Azwar, Saifuddin, "Penyusunan Skala Psikologi", Pustaka Pelajar, Jakarta, 2008.

Bencoolen, Rafless, "Prinsip Perubahan Perilaku. - <http://bahankuliahkesehatan.blogspot.com/2>

- 011/02/prinsip-perubahan-perilaku.html - (diakses pada 10 oktober 2012 pkl 12.32)
- Calhoun, J.F. Acocella, J.R, “*Psychology of Adjustment and Human Relationship*”, McGraw-Hill, Inc, New York, 1990.
- Diana, Dian Maulid, “Gambaran Perilaku Membeli Pada Remaja Putri di SMP Meruya Ilir 1”, Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul. Jakarta, 2012.
- Engel, J.F, Blackwell, R.D, and Miniard, P.W, *Consumer behaviour (8th edition)*. The United States of America: The Dryden Press, USA, 1994.
- Fernandho, Samid, “Definisi Konsep Diri Menurut Beberapa Ahli”, <http://www.scribd.com/doc/86699340/Definisi-Konsep-Diri-Dari-Beberapa-Ahli> (diakses pada 4 desember 2012 pkl 11.00)
- Hartanto, Bertina S, Urip A. Mokogita, Rufus P, “Psikologi Ekonomi dan Konsumen”, Penerbit Bagian Psikologi Industri & Organisasi Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, Jakarta, 2005.
- Hasibuan, Elfina Putri Nanda, “Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri”, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Sumatra Utara, 2010.
- Jahja, Yudrik, “Psikologi Perkembangan”, Kencana, Jakarta, 2011.
- Kencana, Kristin, “*Self efficacy dan Prokastinasi Pada Mahasiswa Universitas Esa Unggul yang sedang menyusun skripsi*”, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul, Jakarta, 2012.
- Kotler, P. & Keller, K.L., “*Marketing Management, 12th Edition/International Edition*”, Prentice Hall. New Jersey, 2006.
- Laurence, Steinberg, “*Adolescence. United States of America*”, McGraw-Hill, USA, 1993.
- Lina & Rasyid, H.F, “*Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control pada Remaja Putra*”, Jurnal Psikologika, Jakarta, 1997.
- Melawati, Rizky, “*Dampak tas bermerek pada hubungan negatif antara perilaku konsumtif dengan locus of control*”. <http://tyaset4.blog.com/2012/01/25/pengertian-perilaku-konsumtif-berbelanja/> diakses pada 4 desember 2012
- Nisfiannoor, Muhammad, “Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial”, Salemba Humanika, Jakarta, 2009.
- Nitisusastro, Mulyadi, “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan”, Alfabeta, Bandung, 2007.
- Nugraha, Agung, “Konsep Diri Remaja Putri Obesitas (Studi di Wilayah Tomang Banjir Kanal”, Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul. Jakarta, 2012.
- Rakhmat, Jalaludin, “Psikologi Komunikasi Edisi Revisi”, Rosdakarya, Bandung, 2005.
- Respati, W.S., Yulianto, A., dan Widiyanto, N. (2006). *Perbedaan Konsep Diri Antara Remaja Akhir Yang Mempersepsi Pola Asuh Orang Tua Authoritarian, Permissive dan Authoritative*. Jurnal Psikologi Vol 4 No 2. ISSN : 1907-7483.
- Rosandi, Andika Filona. *Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Universitas Katolik Atma Jaya*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya. Jakarta, 2004.
- Santrock, J.W, “Adolescence Perkembangan Remaja”, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2003.
- Schiffman, Leon., Kanuk, L.L, “*Perilaku Konsumen*”, Edisi ke-7, Penerbit PT INDEKS, Jakarta, 2004.
- Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung, 2007.
- Suyonto, Danang, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : CAPS, 2012.
- Wagner, “*Gaya Hidup “Shopping mall” Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Remaja di Perkotaan*”, Skripsi Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor, 2009.

- Wahyuni, Sufira, "Pengaruh Tingkat Gaya Hidup Hedonis Terhadap Prokastinasi Akademik pada Siswa SMK Pustek Serpong", *Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul*. Jakarta, 2012.
- Widiana, Noryta, "Perbedaan Konsep Diri Antara Remaja Akhir Yang Mempersepsi Pola Asuh Orangtua Authoritarian, Permissive dan Authoritative", *Skripsi*. Tidak diterbitkan. Jakarta: Universitas Esa Unggul, Psikologi, Jakarta, 2006.
- Yuanita, Lisa, "Gambaran Terjadinya Perilaku Konsumtif dalam Membeli Telepon Selular", *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya. Jakarta, 2003.